

МАРКЕТПЛЕЙСЫ В РФ: АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Андреев Артём Андреевич

Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, РФ, г. Москва

Красильникова Елена Анатольевна

научный руководитель,

Маркетплейсы, как формат интернет-торговли, стали популярными во всем мире, в том числе и в России.

Однако, несмотря на их широкое распространение и потенциал для развития, существуют проблемы, усложняющие работу маркетплейсов в России. В данной статье будет проанализировано текущее состояние маркетплейсов в России, рассмотрены проблемы, с которыми они сталкиваются, а также перспективы развития данного формата интернет-торговли.

Рынок электронной коммерции в РФ активно развивается, и в этом развитии большую роль играют маркетплейсы.

За последние годы в России значительно увеличилось количество онлайн-площадок, объединяющих продавцов и покупателей из разных городов и стран.

В российской экономике маркетплейсы занимают все более высокую позицию.

Это электронные рынки, на которых происходят продажи товаров и услуг множества продавцов и покупателей.

Их популярность обусловлена удобством и доступностью для пользователя, а также возможностью проведения выгодных сделок.

В РФ маркетплейсы вышли на массовый рынок еще в 2000-х годах.

Они позволяют создавать бизнес-модели, которые затем масштабируются на другие географические рынки, благодаря которым у продавцов появляется возможность достичь новых клиентов в короткие сроки.

На данный момент в РФ несколько маркетплейсов ведут борьбу за лидерство, в главном по ним показателе - объеме товарооборота: это Wildberries, Ozon, Яндекс Маркет, Авито, AliExpress и многие другие.

Однако, как и во всех других сферах, в маркетплейсах существуют проблемы, которые могут затруднять их работу.

Конкуренция. Рынок маркетплейсов в России уже довольно насыщен, поэтому конкуренция между различными площадками довольно высока.

Это может привести к борьбе за продавцов, а также к борьбе за пользователей, что, в свою очередь, может привести к увеличению затрат на маркетинг и рекламу.

Нарушения правил пользования.

Пользователи маркетплейсов иногда могут нарушать правила использования площадки, например, выкладывая контрафактные товары, нарушая авторские права или делая заказы, не имея намерения покупать товары.

Это может приводить к возбуждению судебных дел и риску потери доверия со стороны продавцов и покупателей.

Безопасность платежей.

Единая платежная система – одно из основных преимуществ маркетплейсов, однако, к сожалению, это может стать их слабым местом. Часто люди страдают от мошенничества, когда злоумышленниками перехватывают платежи, что приводит к потере денег и недовольству клиентов.

Защита прав потребителей.

Несмотря на то, что законодательство России предусматривает защиту прав покупателей, маркетплейсы часто сталкиваются с претензиями от потребителей, особенно в части доставки товаров и возврата средств.

Работа с продавцами.

Маркетплейсы зависят от продавцов, чьи товары представлены на площадке. Поэтому общение с продавцами и управление потоком их товаров является одной из основных задач администрации маркетплейса.

Неправильное взаимодействие может привести к неприятностям, ухудшению отношений и даже к потере продавцов.

Масштабирование.

Успешный рост маркетплейса может привести к проблемам с масштабированием.

Возможно потребуются увеличение складов, добавление новых сотрудников и значительные затраты на техническое усовершенствование платформы.

Маркетплейсы сталкиваются с рядом проблем, которые необходимо решать, чтобы платформа продолжала развиваться и удовлетворять потребности всех пользователей.

Компаниям следует постоянно работать над улучшением условий использования своих сервисов, повышением безопасности и комфорта для продавцов и покупателей.

Развитие и популярность маркетплейсов в РФ объясняется несколькими факторами:

1. Рост числа пользователей интернета. Согласно исследованию, проведенному Российским союзом интернета, в 2020 году число пользователей интернета в России превысило 100 миллионов человек. Это означает, что маркетплейсы имеют большую аудиторию, которую можно привлечь на свои площадки.
2. Развитие логистики. В России активно развивается логистическая инфраструктура, что позволяет маркетплейсам улучшать условия доставки товаров. Кроме того, многие маркетплейсы начали создавать свои собственные службы доставки, что позволяет им более тесно контролировать процесс доставки и улучшать качество обслуживания.
3. Развитие мобильных технологий. В России мобильный интернет становится все более популярным, и многие пользователи предпочитают делать покупки через мобильные приложения. Маркетплейсы, которые адаптируют свои площадки для мобильных устройств, могут привлечь больше пользователей и увеличить свою выручку.

4. Развитие технологий искусственного интеллекта. Многие маркетплейсы начали использовать технологии искусственного интеллекта для улучшения качества обслуживания и персонализации предложений. Это позволяет маркетплейсам увеличивать лояльность пользователей и улучшать свою конкурентоспособность.

5. Развитие новых категорий товаров. Многие маркетплейсы начали расширять свой ассортимент, включая новые категории товаров, такие как продукты питания, товары для дома и сада, мебель и др. Это позволяет маркетплейсам привлекать новых пользователей и увеличивать свою выручку.

В целом, для успешной деятельности маркетплейсов в РФ необходимо принимать меры по улучшению качества товарами, внедрению современных технологий, а также повышению открытости платформ и созданию более эффективной системы мониторинга и контроля.

На этом фоне маркетплейсы смогут продолжить свой рост и развитие, а также оставаться одним из наиболее перспективных и востребованных каналов продаж в России.

Список литературы:

1. Иванов Г. Г., Никишин А. Ф., Панкина Т. В., Брагин Л. А. Электронная коммерция: Учебник / - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2020. - 192 с.

2. Красильникова Е.А. Тенденции развития электронной торговли России и стран Европейского Союза / 2022

3. Панельная дискуссия «Логистика эпохи короновируса: последняя миля [электронный ресурс] – режим доступа: <http://www.datainsight.ru/sites/default/files/DI-RoundTable16April2020.pdf> (дата обращения: 11.03.2023)

4. Электронная торговля 2020 – 2024, прогноз Data Insight [электронный ресурс] – режим доступа: https://datainsight.ru/DI_eCommerce2020_2024 (дата обращения: 11.03.2023)

5. Итоги интернет-торговли 2021 [электронный ресурс] – режим доступа: <https://akit.ru/news/3-6-trln-rublej-itogi-goda-v-internet-torgovle/> (дата обращения: 11.03.2023)